

Analisis komparatif daya saing ekspor biji kakao antara Indonesia, Pantai Gading dan Ghana: Pendekatan RCA dan CMS

Rizki Vanzza Aji¹, Zulkarnain Ishak² dan Mukhlis^{3*}

¹ Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya

² Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya

* Email penulis korespondensi: mukhlis.fe@unsri.ac.id

Abstract: This study aim is to compare the competitiveness of Indonesia cocoa exports with the main exporting countries of world cocoa beans such as Ivory Coast and Ghana from 2001 to 2016. The comparable of cocoa commodities are raw cocoa or cocoa beans. This research uses descriptive analysis using Revealed Comparative Advantage (RCA) and Constant Market Share (CMS) approach. The analysis of Revealed Comparative Advantage is used to determine the competitiveness level of Indonesian cocoa beans, Ivory Coast and Ghana, while Constant Market Share is used to decompose the export growth of Indonesia cocoa beans, Ivory Coast and Ghana into three determinants of export growth including Commodity Composite Effect, Market Distribution Securities and Effects of Competitiveness. RCA analysis shows Indonesia's cocoa commodity has a comparative advantage in the international market, while CMS analysis shows that the increase of Indonesia cocoa exports is influenced by the increasing demand of world cocoa.

Keywords: Exports, Competitiveness, Comparative Advantage

JEL Classification: P23, Q13

1. PENDAHULUAN

Perdagangan internasional merupakan suatu kegiatan jual beli antar negara yang ada sejak zaman dahulu, namun dalam ruang lingkup yang masih terbatas. Jika barang yang tidak dapat di produksi di dalam negeri maka akan dipenuhi dengan cara pertukaran atau barter dengan negara lain. Saat ini perdagangan internasional sudah sangat luas karena mudahnya memperdagangkan berbagai output berupa barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu negara. Output yang dihasilkan oleh suatu negara dijual ke negara lain jika kebutuhan dalam negeri telah terpenuhi, serta output dari negara lain didatangkan untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri (Halwani, 2010).

Kegiatan jual beli antar negara tersebut meliputi 2 kegiatan, yaitu ekspor dan impor. Ekspor adalah kegiatan untuk menjual barang ke negara lain, sedangkan impor adalah kegiatan untuk mendatangkan atau membeli barang dari negara lain. Ekspor biasanya dilakukan karena komoditi yang diproduksi suatu negara memiliki volume yang tinggi dan telah mencukupi kebutuhan dalam negerinya sehingga negara tersebut menjual kenegara yang tidak memiliki atau kekurangan komoditi tersebut untuk mendapatkan keuntungan (Halwani, 2010). David Ricardo menyatakan bahwa suatu negara akan memperoleh keuntungan dari perdagangan internasional jika negara tersebut melakukan spesialisasi produksi agar dapat memproduksi lebih efisien (Hady, 2001). Pada dasarnya tingkat daya saing suatu negara di kancah perdagangan internasional ditentukan oleh dua faktor yaitu faktor keunggulan komparatif (*comparative advantage*) dan faktor keunggulan kompetitif (*competitive advantage*).

Indonesia merupakan negara yang melakukan perdagangan internasional dan berspesialisasi pada komoditas hasil pertanian, diantaranya ialah kakao. Kakao merupakan salah satu komoditas yang peranannya cukup penting bagi perekonomian nasional, khususnya sebagai penyedia lapangan kerja, sumber pendapatan dan devisa negara (Arsyad, dkk., 2011). Disamping itu kakao juga berperan dalam mendorong pengembangan wilayah dan pengembangan *agroindustry*. Indonesia

termasuk negara pengekspor penting dalam perdagangan biji kakao. Perdagangan luar negeri komoditi tersebut sejalan dengan kebijakan dibidang perdagangan luar negeri yang diterapkan oleh pemerintah Indonesia, hal ini dapat di lihat dari luas areal dan jumlah produksi kakao Indonesia yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Untuk pengembangan dan peningkatan daya saing produk kakao, pemerintah telah mengeluarkan serangkaian kebijakan produksi dan perdagangan produk olahan kakao yang disebut kebijakan Hilirisasi, diantaranya:

- (1) Koordinasi antar instansi dan dunia usaha dalam rangkan pembahasan jaminan pasokan biji kakao,
- (2) Harmonisasi tarif bea keluar biji kakao dan turunannya,
- (3) Promosi peningkatan konsumsi cokelat di dalam negeri dari 0,25 sampai 0.6 kg per kapita per tahun,
- (4) Penyusunan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia, Lembaga Sertifikasi Profesi dan Tempat Uji Kompetensi Industri Pengolahan Kakao,
- (5) Promosi investasi industri hilir kakao dan terbangunnya satu industri hilir kakao baik berupa investasi baru atau perluasan,
- (6) Peningkatan ekspor produk kakao olahan dan
- (7) Meningkatkan kapasitas produksi industri olahan kakao dan meningkatkan utilisasi industri kakao olahan dalam negeri dari 50 persen menjadi 70 persen melalui insentif Fiskal Industri Pengolahan Kakao.

Pada Tabel 1 menunjukkan perbandingan ekspor tiga negara utama pengekspor biji kakao dunia yaitu Indonesia, Pantai Gading dan Ghana serta total ekspor biji kakao dunia. Diantara ketiga negara tersebut Pantai Gading selalau mempunyai nilai ekspor yang lebih besar daripada Indonesia dan Ghana. Pada Tahun 2001 menunjukkan nilai netto ekspor biji kakao Pantai Gading berada pada urutan pertama sebesar \$1.310.571.342. Indonesia berada pada urutan ketiga dengan nilai ekspor netto sebesar \$345.177.091. Nilai ekspor netto kakao. Dilihat dari segi kualitas, kakao Indonesia tidak kalah dengan kakao dunia seperti Pantai Gading dan Ghana. Bila dilakukan fermentasi dengan baik dapat mencapai cita rasa setara dengan kakao yang berasal dari Ghana dan Pantai Gading.

Tabel 1. Nilai Ekspor dan Impor Negara Pengekspor Kakao Dunia Tahun 2001-2016 (US Dollar)

Tahun	Indonesia		Pantai Gading		Ghana		Ekspor Dunia
	Net Ekspor	Pangsa Ekspor (%)	Net Ekspor	Pangsa Ekspor (%)	Net Ekspor	Pangsa Ekspor (%)	
2001	345.177.091	3,28	1.310.571.342	11	-	-	11.909.283.760
2002	637.060.613	4,87	2.302.341.239	16,01	-	-	14.376.853.318
2003	542.863.618	3,47	2.249.575.401	12,52	837.441.495	4,67	17.965.845.163
2004	463.344.543	2,73	2.179.907.488	10,84	1.067.768.963	5,32	20.127.384.998
2005	582.538.303	3,2	2.058.470.499	9,86	891.401.851	4,27	20.880.302.343
2006	779.015.676	3,73	2.032.568.933	8,88	1.238.623.736	5,41	22.913.659.668
2007	841.105.164	3,38	2.201.375.656	8,08	1.050.678.133	3,86	27.267.612.253
2008	1.150.206.748	3,93	2.803.893.279	8,71	1.037.810.384	3,23	32.215.864.468
2009	1.292.135.078	4,19	3.720.383.271	11,04	1.154.891.561	3,43	33.713.972.228
2010	1.479.096.839	4,35	3.822.501.716	10,15	972.196.382	2,58	37.699.930.716
2011	1.169.770.613	3,11	4.152.851.050	9,63	2.288.221.092	5,31	43.177.963.066
2012	876.553.224	2,41	3.373.100.087	7,75	2.028.854.012	4,67	43.559.668.347
2013	946.839.989	2,65	3.115.814.389	7,18	1.453.130.637	3,35	43.422.242.176
2014	775.525.024	2,69	4.622.043.315	10,01	-	-	46.202.205.898
2015	1.013.990.970	2,32	5.125.400.366	11,77	1.896.216.752	4,35	43.536.370.123
2016	1.239.620.576	2,99	-	-	1.898.465.226	4,57	41.455.225.526

Sumber: United Nations Comodity Trade (www.uncomtrade.com) 2017

Selain itu, kakao Indonesia mempunyai kelebihan yaitu tidak mudah meleleh sehingga cocok bila dipakai untuk blending. Sejalan dengan keunggulan tersebut, peluang pasar kakao Indonesia

cukup terbuka baik ekspor maupun kebutuhan dalam negeri. Dapat dikatakan bahwa potensi untuk menggunakan industri kakao sebagai salah satu pendorong pertumbuhan dan distribusi pendapatan cukup terbuka, serta kakao Indonesia diharapkan dapat bersaing dengan negara-negara utama pengeksport kakao lainnya.

Adanya permasalahan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis daya saing kakao Indonesia dibandingkan negara eksportir kakao terbesar didunia yakni Pantai Gading dan Ghana, dilihat dari segi keunggulan komparatif yang dimiliki oleh Indonesia untuk mengetahui sejauh manakah daya saing kakao Indonesia di pasar internasional jika dibandingkan dengan kedua negara tersebut. Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini merupakan hasil rujukan dari penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang sedang dihadapi saat ini.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Perdagangan Internasional

Perdagangan Internasional adalah perdagangan yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain atas dasar kesepakatan bersama. Penduduk yang dimaksud dapat berupa antarperorangan (individu dengan individu), antara individu dengan pemerintah suatu negara atau pemerintah suatu negara dengan pemerintah negara lain. Di banyak negara, perdagangan internasional menjadi salah satu faktor utama untuk meningkatkan GDP. Meskipun perdagangan internasional telah terjadi selama ribuan tahun (lihat Jalur Sutra, Amber Road), dampaknya terhadap kepentingan ekonomi, sosial, dan politik baru dirasakan beberapa abad belakangan. Perdagangan internasional pun turut mendorong Industrialisasi, kemajuan transportasi, globalisasi, dan kehadiran perusahaan multinasional.

Kegiatan perdagangan yang terjadi antar negara menunjukkan bahwa negara-negara tersebut telah memiliki sistem perekonomian yang terbuka. Perdagangan ini terjadi akibat adanya usaha untuk memaksimalkan kesejahteraan negara dan diharapkan dampak kesejahteraan tersebut akan diterima oleh negara pengeksport dan pengimpor. Alasan utama terjadinya perdagangan internasional adalah:

- (1) Adanya perbedaan dalam pemilikan sumberdaya dan cara pengolahannya sehingga setiap negara akan memperoleh keuntungan melalui suatu pengaturan dengan cara yang berbeda secara relatif terhadap perbedaan sumberdaya tersebut.
- (2) Negara-negara yang melakukan perdagangan mempunyai tujuan untuk mencapai economic of scale dalam produksi, artinya suatu negara akan lebih efisien jika hanya menghasilkan sejumlah barang tertentu tetapi dengan skala yang lebih besar dibandingkan dengan jika memproduksi berbagai jenis barang (Salvatore, 1997).

Keuntungan yang dapat diperoleh suatu negara dalam melakukan perdagangan, adalah keuntungan dari pertukaran komoditas (gains from exchange) dan keuntungan dari spesialisasi (gains from specialization). Hal yang terjadi setelah perdagangan berlangsung adalah masing-masing negara akan melakukan spesialisasi dalam memproduksi komoditas keunggulan komparatif negara tersebut. Spesialisasi akan terus berlangsung hingga harga-harga relatif komoditas di kedua negara tersebut sama. Keadaan tersebut menunjukkan bahwa perdagangan berada dalam posisi seimbang atau ekuilibrium (Salvatore 1997). Hal ini mengindikasikan bahwa dalam melakukan perdagangan antar dua negara, komoditas yang diperdagangkan perlu memiliki keunggulan kompetitif dan komparatif yang keduanya bersifat saling melengkapi.

2.2. Teori Revealed Comparative Advantage (RCA)

Keunggulan komparatif merupakan sebuah konsep penting dalam teori ekonomi. Konsep keunggulan komparatif dapat menggambarkan bagaimana perdagangan antar negara. Dengan konsep ini, tiap negara akan mampu mengidentifikasi kearah mana investasi harus dilakukan serta ke negara mana komoditas perdagangan mereka harus diperjualbelikan dengan melihat nilai

keunggulan mereka secara komparatif.

Dalam teori keunggulan komparatif David Ricardo, dua negara akan melakukan perdagangan apabila perdagangan tersebut dapat menguntungkan kedua belah pihak. Keuntungan pada kedua belah pihak dapat dilihat dari daya tukar domestik negara tersebut. Apabila suatu negara dapat menghasilkan suatu komoditas dengan harga yang sama dibandingkan dengan membeli dari negara lain maka perdagangan antar dua negara tidak akan terjadi. Lain halnya jika negara tersebut dapat membeli suatu komoditas dari negara lain lebih murah daripada memproduksi sendiri komoditas tersebut, maka perdagangan antar dua negara akan terjadi. Dengan catatan, negara yang menjual komoditas mendapatkan keuntungan dari jual beli tersebut. Salah satu metode yang digunakan untuk mengetahui keunggulan komparatif suatu negara adalah metode Revealed Comparative Advantage (RCA) (Sa'idy, 2013).

Metode RCA adalah salah satu metode untuk mengukur keunggulan komparatif suatu komoditas. Perhitungan RCA berdasar pada suatu konsep bahwa perdagangan antar wilayah menunjukkan keunggulan komparatif yang dimiliki oleh suatu wilayah (Hasibuan, dkk 2012).

Dengan metode RCA dapat diketahui kinerja ekspor suatu produk dari suatu negara dengan menghitung pangsa suatu produk terhadap total ekspor suatu negara dibandingkan dengan pangsa produk tersebut dalam perdagangan dunia.

$$RCA = \frac{X_{ij}/X_j}{X_{iw}/X_w}$$

dimana: X_{ij} adalah Nilai ekspor komoditas i dari Negara j ; X_j adalah Nilai total ekspor dari Negara j , X_{iw} adalah Nilai ekspor komoditas i di dunia; X_w adalah Nilai total ekspor dunia

Nilai indeks RCA suatu negara untuk suatu komoditas lebih besar dari 1 menunjukkan bahwa daya saing komoditas dari negara tersebut mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Sebaliknya jika nilai indeks RCA menunjukkan nilai di bawah satu maka komoditas dari negara tersebut menurun daya saingnya (Andini, dkk 2016).

2.3. Constant Market Share (CMS)

Pada perdagangan internasional ada berbagai faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekspor suatu negara. Diantara berbagai faktor tersebut faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekspor diantaranya terdapat faktor distribusi pasar, komposisi komoditas dan daya saing. Tiga faktor tersebut masing-masing dapat diukur berapa besarnya efek yang berpengaruh pada pertumbuhan ekspor suatu negara. Salah satu metode untuk mengukur besarnya efek dari masing-masing faktor adalah metode Constant Market Share (Sa'idy, 2013). *Constant Market Share* (CMS) adalah metode yang digunakan untuk mendekomposisikan pertumbuhan ekspor suatu negara kedalam beberapa determinan pertumbuhan ekspor negara tersebut. Metode ini juga dapat mendekomposisikan pertumbuhan ekspor komoditas tertentu dari suatu negara.

2.3.1. Efek distribusi pasar (MSE)

Parameter efek distribusi pasar bisa bernilai positif atau negatif. Parameter akan bernilai positif jika negara pengekspor yang menjadi perhatian (misalnya Indonesia) mendistribusikan pasarnya ke pusat pertumbuhan permintaan (Prajogo, 2004). Apabila pasar dunia sedang mengalami kenaikan pertumbuhan impor dan Indonesia merespon dengan menaikkan volume ekspor kakao Indonesia ke dunia maka parameter efek distribusi pasar akan bernilai positif. Jika terjadi hal sebaliknya, pada saat pasar dunia mengalami penurunan permintaan namun Indonesia menaikkan volume ekspornya maka parameter dari efek distribusi pasar akan bernilai negatif.

$$MSE = m \cdot X_{ij}k_1$$

dimana: MSE adalah efek distribusi pasar; m adalah persentase pertumbuhan impor umum di negara k ; dan $X_{ij}k_1$ adalah ekspor komoditas i negara i ke negara k ($t-1$)

2.3.2. Efek Komposisi Komoditas (ECC)

Parameter efek komposisi komoditas bisa bernilai positif atau negatif. Parameter yang menunjukkan nilai positif menunjukkan bahwa negara pengekspor menjadi perhatian (misalnya Indonesia) mengekspor suatu komoditas ke negara yang mempunyai distribusi pasar komoditas tersebut lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan kelompok komoditas tersebut (Prajogo, 2004).

$$ECC = (m_i - m) \cdot X_{ij}k_1$$

dimana: ECC adalah efek komposisi komoditas; m adalah persentase pertumbuhan impor umum di negara k , m_i adalah persentase distribusi pasar komoditas i di Negara k ; dan $X_{ij}k_1$ adalah ekspor komoditas i negara J ke negara K ($t-1$).

2.3.3. Efek Daya Saing (CE)

Parameter efek daya saing dapat bernilai positif maupun negatif. Parameter ini mengindikasikan kenaikan atau penurunan bersih (net gain or loss) dalam pangsa pasar ekspor Indonesia secara relatif terhadap standar setelah memperhitungkan perubahan komposisi produk dan distribusi pasar. Parameter bernilai positif, menunjukkan bahwa Indonesia berhasil mempertahankan pangsa pasar dari para pesaingnya. Parameter yang bernilai negatif menunjukkan bahwa sebagian pangsa pasar Indonesia diambil alih oleh negara pesaing. Asumsinya adalah bahwa efek daya saing yang didasarkan pada perubahan pangsa pasar ekspor negara pengekspor yang menjadi perhatian (misalnya Indonesia) di pasar dunia (atau negara tertentu) untuk produk tertentu hanya dapat terjadi selama periode analisis sebagai respon terhadap perubahan harga relatif produk asal Indonesia.

$$EC = \frac{\sum_i \sum_j (E_{ij}(t) - E_{ij}(t-1) - r_{ij}E_{ij}(t-1))}{E_i(t-1)}$$

dimana: EC adalah efek daya saing; \sum_i adalah nilai ekspor kakao Indonesia; \sum_j adalah nilai ekspor total Indonesia ke negara j ; E_{ij} adalah nilai ekspor kakao negara i ke negara j ; $E_i(t-1)$ adalah nilai ekspor kakao negara pengekspor (-1).

2.4. *Absolute Advantage* dari Adam Smith

Adam Smith mengemukakan bahwa setiap negara akan memperoleh manfaat dari perdagangan internasional karena melakukan spesialisasi produksi dan mengekspor barang jika negara tersebut memiliki keunggulan mutlak (absolute advantage), serta mengimpor barang jika negara tersebut tidak memiliki keunggulan mutlak. Teori ini didasarkan pada beberapa asumsi diantaranya faktor produksi sama, pertukaran dilakukan secara barter, dan biaya transport ditiadakan (Hady, 2001).

Teori ini memiliki kelemahan yakni bila hanya satu negara yang memiliki keunggulan absolut untuk kedua jenis produk, maka tidak akan terjadi perdagangan internasional yang menguntungkan. Namun kelemahan teori Adam Smith ini disempurnakan oleh David Ricardo, ia mengatakan bahwa perdagangan internasional antara dua negara tetap dapat terjadi walaupun hanya satu negarayang memiliki keunggulan absolut, asalkan masing-masing negara memiliki labor efficiency dan *labor productivity*.

2.5. *Comparative Advantage* dari David Ricardo

Teori keunggulan komparatif merupakan teori yang dikemukakan oleh David Ricardo dalam bukunya *The Principles of Political Economy and Taxation* tahun 1817. Dalam teori keunggulan komparatif negara tetap dapat melakukan perdagangan walaupun salah satu negara tidak memiliki keunggulan absolut atau dengan kata lain memiliki kerugian absolut terhadap negara lain dalam memproduksi dua barang. Perdagangan akan tetap menguntungkan apabila negara kerugian absolut lebih kecil (Sa'idy, 2013).

Teori David Ricardo didasarkan pada nilai tenaga kerja yang menyatakan bahwa nilai atau harga suatu produk ditentukan oleh jumlah waktu atau jam kerja yang diperlukan untuk memproduksinya. Menurut teori cost comparative advantage (*labor efficiency*), suatu negara akan memperoleh manfaat dari perdagangan internasional jika melakukan spesialisasi produksi dan mengekspor barang yang mana negara tersebut dapat berproduksi relatif lebih efisien serta mengimpor barang yang mana negara tersebut berproduksi relatif kurang atau tidak efisien (Hady, 2001).

Dalam hukum keunggulan komparatif terdapat pengecualian jika nilai DTD kedua komoditas adalah 1:1 (melakukan impor sama dengan memproduksi sendiri) maka perdagangan tidak akan terjadi. Dengan kondisi ini dapat diartikan bahwa perdagangan antar negara hasilnya sama dengan melakukan produksi domestik. Walaupun terdapat pengecualian dalam keunggulan komparatif, pengecualian tersebut masih bisa diabaikan. Perdagangan antar negara masih bisa terjadi dengan didasari perbedaan nilai mata uang. Semakin lemah nilai mata uang suatu negara terhadap negara lain maka komoditas yang dimiliki oleh negara itu memiliki harga yang lebih murah jika dibandingkan dengan negara yang memiliki nilai mata uang yang lebih kuat, Sehingga masih bisa terjadi keuntungan dalam perdagangan antar negara walaupun DTD suatu komoditas adalah 1 : 1.

Secara umum David Ricardo mendasarkan teorinya pada sejumlah asumsi yang disederhanakan, yaitu: (1) hanya terdapat dua negara dan dua barang (2) perdagangan bersifat bebas (3) terdapat mobilitas tenaga kerja yang sempurna di dalam negara namun tidak ada mobilitas antara dua negara (4) biaya produksi konstan (5) tidak ada biaya transportasi (6) tidak ada perubahan teknologi (Sa'idy, 2013).

2.6. The Proportional Factors Theory

Menurut teori Heckscher-Ohlin (H-O) perbedaan opportunity cost suatu produk antara suatu negara dengan negara lain dapat terjadi karena adanya perbedaan jumlah atau proporsi faktor produksi yang dimiliki (*endowment factors*) masing-masing negara. Perbedaan tersebut dapat menimbulkan terjadinya perdagangan internasional. Negara yang memiliki faktor produksi relatif lebih banyak atau murah akan melakukan spesialisasi produksi dan mengekspor barangnya. Sebaliknya, negara akan mengimpor barang tertentu jika negara tersebut memiliki faktor produksi yang relatif langka atau mahal dalam memproduksinya (Hady, 2001).

Teori modern Heckscher-Ohlin atau teori H-O menggunakan dua kurva pertama adalah kurva isocost yaitu kurva yang menggambarkan total biaya produksi yang sama. Kedua yaitu kurva isoquant yakni kurva yang menggambarkan total kuantitas produk yang sama. Menurut teori ekonomi mikro kurva isocost akan bersinggungan dengan kurva isoquant pada suatu titik optimal. Jadi dengan biaya tertentu akan diperoleh produk yang maksimal atau dengan biaya minimal akan diperoleh sejumlah produk tertentu. Asumsi dalam teori H-O antara lain: (1) harga atau biaya produksi suatu barang akan ditentukan oleh jumlah atau proporsi faktor produksi yang dimiliki masing-masing negara; (2) comparative Advantage dari suatu jenis produk yang dimiliki masing-masing negara akan ditentukan oleh struktur dan proporsi faktor produksi yang dimilikinya; (3) masing-masing negara akan cenderung melakukan spesialisasi produksi dan mengekspor barang tertentu karena negara tersebut memiliki faktor produksi yang relatif banyak dan murah untuk memproduksinya. Keempat, Sebaliknya masing-masing negara akan mengimpor barang-barang tertentu karena negara tersebut memiliki (Hady, 2001).

Studi yang dikemukakan Andini, dkk (2016) menjelaskan tentang peningkatan daya saing ekspor produk olahan kakao Indonesia di pasar Internasional. Produk olahan kakao yang dianalisis terdiri dari biji kakao, pasta, lemak, bubuk, dan cokelat. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Analisis Revealed Comparative Advantage (RCA) digunakan untuk mengetahui posisi daya saing ekspor pada masing-masing produk olahan kakao. Hasil analisis RCA menunjukkan produk olahan kakao Indonesia memiliki keunggulan komparatif pada komoditi biji kakao, pasta cokelat, lemak cokelat, dan bubuk cokelat tetapi tidak memiliki keunggulan komparatif pada komoditi cokelat. Hasil analisis RCA menunjukkan bahwa komoditi lemak cokelat Indonesia memiliki indeks RCA tertinggi dibandingkan produk olahan kakao lainnya.

Selanjutnya, hasil kajian Ragimun (2012) menunjukkan bahwa Sepuluh tahun terakhir dari tahun 2002 sampai 2011 daya saing ekspor kakao Indonesia rata-rata memiliki nilai RCA yang cukup besar. Tahun 2011 indeks RCA mengalami penurunan dikarenakan nilai ekspor tahun 2011 mengalami penurunan. Hasil ISP menunjukkan angka yang cukup tinggi pula, hal ini berarti Indonesia memiliki spesialisasi dalam ekspor komoditas kakao.

Febri (2014) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa Indonesia merupakan negara pengekspor biji kakao terbesar ketiga di dunia namun jika dilihat berdasarkan nilai RCA Indonesia masih berada di urutan terkecil dari lima negara pengekspor biji kakao terbesar di dunia. Hal ini menunjukkan besarnya jumlah ekspor tidak berpengaruh secara signifikan terhadap daya saingnya. Ekspor biji kakao Indonesia akan meningkat setiap tahunnya dengan asumsi ceteris paribus.

3. METODE

Penelitian ini mencakup Indonesia, Pantai Gading dan Ghana periode tahun 2011-2017, melihat mengenai daya saing ekspor kakao Indonesia ke dunia dengan negara pesaing seperti Pantai Gading dan Ghana. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data perdagangan time series dari tahun 2001-2016 yang merupakan data tahunan. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari beberapa sumber, yaitu berupa publikasi United Nations Comodity Trade (comtrade.un.com), World Bank dan Kementerian Perdagangan Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Constant Market Share* (CMS). Adapun formula pendekatan tersebut disajikan sebagai berikut:

$$RCA = \frac{X_{ij}/X_j}{X_{iw}/X_w}$$

dimana: X_{ij} adalah Nilai ekspor komoditas i dari Negara j ; X_j adalah Nilai total ekspor dari Negara j , X_{iw} adalah Nilai ekspor komoditas i di dunia; X_w adalah Nilai total ekspor dunia.

$$MSE = m \cdot X_{ijk_1}$$

dimana: MSE adalah efek distribusi pasar; m adalah persentase pertumbuhan impor umum di negara k ; dan X_{ijk_1} adalah ekspor komoditas i negara i ke negara k ($t-1$).

$$ECC = (m_i - m) \cdot X_{ijk_1}$$

dimana: ECC adalah efek komposisi komoditas; m adalah persentase pertumbuhan impor umum di negara k , m_i adalah persentase distribusi pasar komoditas i di Negara k ; dan X_{ijk_1} adalah ekspor komoditas i negara J ke negara K ($t-1$).

$$EC = \frac{\sum_i \sum_j (E_{ij}(t) - E_{ij}(t-1) - r_{ij} E_{ij}(t-1))}{E_i(t-1)}$$

dimana: EC adalah efek daya saing; \sum_i adalah nilai ekspor kakao Indonesia; \sum_j adalah nilai ekspor total Indonesia ke negara j ; E_{ij} adalah nilai ekspor kakao negara i ke negara j ; $E_i(t-1)$ adalah nilai ekspor kakao negara pengekspor (-1).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Perkembangan Ekspor Kakao Indonesia, Pantai Gading dan Ghana

Kakao merupakan komoditas hasil pertanian yang banyak di perdagangan di pasar internasional, hal ini dikarenakan kakao menjadi bahan dasar dalam pembuatan jenis makanan favorit seperti olahan coklat, minuman dan lain sebagainya. Komoditas kakao banyak dihasilkan

oleh negara-negara agraris seperti Indonesia. Negara pengeskor utama biji kakao dunia antara lain Pantai Gading, Ghana dan Indonesia. Indonesia merupakan salah satu dari tiga negara pengeskor utama biji kakao dunia bersama Pantai Gading dan Ghana. Nilai ekspor biji kakao Indonesia pada tahun 2001 sebesar \$391.086.033, meningkat menjadi \$701.034.279 atau sebesar 44,21 persen pada tahun berikutnya. Namun jika dibandingkan Pantai Gading dengan nilai ekspor sebesar \$1.311.137.551 pada tahun yang sama dan meningkat sebesar \$2.303.055.524 di tahun berikutnya, nilai ekspor kakao Indonesia dapat dikatakan masih sangat jauh dibawah nilai ekspor Pantai Gading.

Perkembangan nilai ekspor ketiga negara masih berfluktuasi, namun secara keseluruhan dapat dikatakan mengalami peningkatan. Tahun 2004 nilai ekspor kakao ketiga negara mengalami perubahan dari tahun sebelumnya yaitu Indonesia mengalami penurunan sebesar 11 persen dari \$623.933.553 menjadi \$549.347.769, Pantai Gading juga mengalami penurunan sebesar 3,05 persen, sedangkan Ghana mengalami peningkatan yakni sebesar 27,56 persen dari semula sebesar \$839.680.139 menjadi \$1.071.123.770. Tahun berikutnya hanya Indonesia yang mengalami peningkatan pada nilai ekspor yakni sebesar 21,59 persen. Peningkatan nilai ekspor tertinggi masing-masing negara yaitu Indonesia dari tahun 2005 ke 2006 sebesar 28 persen, Pantai Gading dari tahun 2001 ke 2002 sebesar 75,65 persen, sedangkan Ghana dari tahun 2010 ke 2011 sebesar 135,09 persen.

Tabel 2. Nilai Ekspor Kakao Indonesia, Pantai Gading dan Ghana Tahun 2001-2016 (US Dollar)

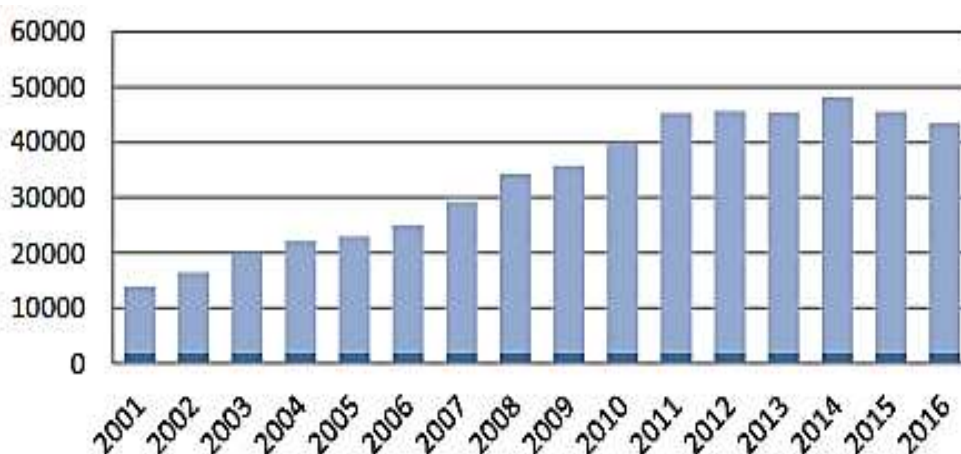
Tahun	Indonesia	Pantai Gading	Ghana
2001	391.086.033	1.311.137.551	-
2002	701.034.279	2.303.055.524	-
2003	623.933.553	2.250.627.740	839.680.139
2004	549.347.769	2.181.938.430	1.071.123.770
2005	667.993.359	2.060.324.777	892.224.338
2006	855.047.124	2.035.044.911	1.241.078.775
2007	924.159.067	2.204.547.459	1.053.369.673
2008	1.268.947.310	2.807.307.307	1.042.123.563
2009	1.413.441.281	3.724.395.457	1.158.218.943
2010	1.643.648.557	3.826.922.513	975.927.488
2011	1.345.278.067	4.158.529.924	2.294.369.797
2012	1.053.446.947	3.377.001.973	2.036.892.906
2013	1.151.480.680	3.121.251.501	1.457.581.465
2014	1.244.529.804	4.627.479.417	-
2015	1.307.770.627	5.129.729.257	-
2016	1.239.620.576	-	1.898.465.226

Sumber: United Nations Comodity Trade (www.uncomtrade.com) 2017

4.2. Perkembangan Ekspor Kakao Dunia

Perdagangan biji kakao sudah dimulai sejak abad ke 16. Kakao semakin terkenal sejak ditemukannya cara baru dalam pengolahannya yang dipopulerkan oleh C.J. Van Houten sekitar tahun 1828 di Belanda. Inovasi tersebut berupa alat pengeskrak biji kakao menjadi lemak cokelat dan bubuk cokelat. Sejak saat itu perdagangan kakao semakin dikenal luas dan tersebar di seluruh benua eropa. Pengeskor biji kakao terbesar berasal dari benua Afrika. Hal ini disebabkan karena kondisi alam Benua Afrika yang cocok untuk ditanami tanaman kakao karena merupakan daerah tropis dengan ketinggian di atas 500 meter diatas permukaan laut dan dengan curah hujan yang

sedikit. Sedangkan pengimpor biji kakao terbesar berasal dari benua Eropa dan Amerika, hal ini dikarenakan tingkat konsumsi kakao di benua tersebut tinggi dan benua tersebut merupakan tempat pengolahan biji kakao terbesar di dunia (Fitriana, dkk 2014).



Gambar 2. Nilai Ekspor Kakao Dunia (juta US Dollar) Tahun 2001-2016

Sumber: United Nations Comodity Trade (uncomtrade.org) 2017

Gambar 2 menunjukkan perkembangan ekspor kakao dunia. Perkembangan ekspor kakao dunia mengalami peningkatan yang cukup konsisten dari tahun 2001, namun pada tahun 2011 sampai 2016 perkembangan ekspor kakao dunia cenderung berfluktuatif. Tahun 2001 nilai ekspor kakao dunia sebesar \$11.909.283.760 dan mengalami peningkatan pada tahun berikutnya sebesar 17,16 persen menjadi \$14.376.853.318. Nilai ekspor kakao dunia tertinggi terjadi pada tahun 2014 sebesar \$46.202.205.898.

4.3. Pembahasan

Penelitian ini membahas tingkat daya saing ekspor biji kakao Indonesia dibandingkan dengan negara pengeskor utama biji kakao dunia yaitu Pantai Gading dan Ghana. Untuk mengetahui tingkat daya saing ekspor kakao Indonesia tersebut digunakan metode analisis RCA dan CMS. Setelah menghitung indeks RCA dan CMS akan diketahui tingkat daya saing ekspor biji kakao Indonesia jika dibandingkan dengan Pantai Gading dan Ghana.

Analisis RCA bertujuan untuk mengetahui tingkat daya saing ekspor kakao Indonesia, Pantai Gading dan Ghana dengan cara membandingkan tingkat ekspor kakao dan total ekspor masing-masing negara serta ekspor kakao dan total ekspor dunia. Sedangkan analisis CMS mengukur tingkat daya saing ketiga negara melalui tiga determinan yaitu Efek Distribusi Pasar, Efek Komposisi Komoditas dan Efek Daya saing.

Dibandingkan dengan pertumbuhan standar dunia, efek daya saing Indonesia lebih besar dari pertumbuhan standar dunia sebanyak tiga kali yakni pada tahun 2002, 2005 dan 2009, hal ini menunjukkan bahwa pada tahun tersebut daya saing kakao Indonesia dipengaruhi oleh efek daya saing atau mutu dari kakao Indonesia. Nilai daya saing Indonesia terhadap pertumbuhan standar dunia sama besarnya dengan Ghana yakni sebanyak tiga. Namun, jika dibandingkan dengan Pantai Gading, efek daya saing Indonesia dan Ghana terhadap pertumbuhan dunia masih kalah. Pantai Gading sendiri memiliki efek daya saing yang lebih besar dari pertumbuhan standar dunia sebanyak enam kali, hal tersebut menunjukkan bahwa mutu kakao Pantai Gading lebih baik daripada Indonesia dan Ghana.

Secara garis besar, masing-masing negara mempunyai daya saing atau keunggulan komparatif pada komoditas kakao. Namun dilihat dari indeks RCA, Pantai Gading lebih unggul dari Indonesia dan Ghana. Tingginya nilai indeks RCA Pantai Gading dikarenakan jumlah produksi serta nilai ekspor kakao Pantai Gading ke dunia yang sangat tinggi dibanding dengan Indonesia dan Ghana. Namun jika dilihat dari nilai CMS, Indonesia dan Pantai Gading sama besar sedangkan Ghana berada

dibawahnya, ini menunjukkan bahwa dalam hal pemasaran kakao, Indonesia tidak kalah dengan Pantai Gading dan Ghana. Hal tersebut dikarenakan Indonesia telah memiliki pasar tetap dalam mengekspor kakaonya, seperti ke negara-negara ASEAN, China, dan negara-negara di kawasan Asia lainnya. Hal itu juga berlaku pada Pantai gading, namun pasar ekspor Pantai gading cenderung ke negara negara yang lebih besar konsumsi kakaonya seperti negara-negara di Eropa dan Amerika.

Penelitian ini selaras dengan yang disampaikan oleh Ragimun 2012, Hasibuan, dkk 2012, Sa'idy 2013, Andini, dkk 2016 yang menyatakan bahwa ekspor kakao Indonesia mempunyai keunggulan komparatif di pasar internasional, hal tersebut ditunjukkan oleh nilai RCA dan CMS biji kakao Indonesia. Hasil penelitian ini tidak jauh berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya, yang mana biji kakao Indonesia mampu bersaing di pasar internasional dan mampu memasarkan produknya dengan baik karena memiliki pasar tetap di kawasan ASEAN dan Asia lainnya. Namun beberapa tahun belakang, nilai ekspor kakao Indonesia menurun, hal tersebut dikarenakan menurunnya luas lahan sehingga hasil produksi kakao pun ikut menurun.

4.3.1. Revelated Comparative Advantage (RCA)

Daya saing suatu komoditas dari satu negara dapat dilihat dari keunggulan komparatif komoditas negara tersebut dalam memproduksi. Salah satu metode analisis yang dapat digunakan untuk mengetahui keunggulan komparatif suatu negara adalah metode Revealed Comparative Advantage (RCA). Hasil perhitungan RCA menunjukkan keunggulan komparatif komoditas ekspor suatu negara melalui indeks RCA negara tersebut. Komoditas yang memiliki nilai indeks RCA lebih dari satu menunjukkan bahwa komoditas tersebut memiliki keunggulan komparatif diatas rata-rata.

Tabel berikut menunjukkan nilai indeks RCA dari ketiga Negara pengeksport utama kakao dunia. Nilai indeks RCA Indonesia berkisar antara 0.66 hingga 1.29 dengan rata-rata indeks sebesar 1.01, Pantai Gading berkisar antara 0.82 sampai 1.82 dengan indeks rata-rata sebesar 0.99, sedangkan Ghana berkisar antara 0.63 hingga 1.39 dengan rata-rata indeks sebesar 0.95. Indeks RCA terbesar Indonesia berada pada tahun 2006 dengan indeks sebesar 1.29 sedangkan Pantai Gading dan Ghana masing-masing memiliki indeks RCA terbesar pada tahun 2003 sebesar 1.82 untuk Pantai Gading dan 1.39 untuk Ghana pada tahun 2007.

Tabel 3. Indeks RCA Kakao Indonesia, Pantai Gading dan Ghana Tahun 2001 sampai 2016

Tahun	RCA		
	Indonesia	Pantai Gading	Ghana
2001	-	-	-
2002	1.27	0.92	-
2003	0.75	1.82	-
2004	1.04	1.09	-
2005	0.97	0.82	1.68
2006	1.29	1.04	0.63
2007	0.82	0.94	1.39
2008	1.24	1.14	0.74
2009	0.99	0.95	1
2010	0.92	1.10	0.63
2011	0.66	1.05	0.87
2012	0.83	0.82	0.70
2013	1.18	0.86	1.01
2014	1.04	1.28	0.92
2015	1.16	1.15	-
2016	0.99	-	-
Rata-rata	1.01	0.99	0.95

Sumber: United Nations Comodity Trade (www.uncomtrade.org) 2017 (diolah)

Indeks RCA Indonesia cenderung berfluktuasi, setiap tahunnya terjadi kenaikan atau penurunan. Penurunan Indeks RCA kakao Indonesia disebabkan karena peningkatan nilai ekspor biji kakao Indonesia lebih lambat jika dibandingkan dengan dengan peningkatan nilai ekspor biji kakao dunia. Hal ini sejalan dengan penelitian Hasibuan, dkk 2014 yang mengatakan bahwa perkembangan nilai Indeks RCA Indonesia dipengaruhi oleh peningkatan nilai ekspor kakao Indonesia terhadap nilai ekspor kakao dunia.

Secara daya saing ekspor biji kakao Indonesia memiliki keunggulan daya saing di pasar internasional, ini disebabkan karena nilai indeks RCA Indonesia dari tahun 2001 hingga 2016 banyak yang lebih besar dari 1 dan juga rata-ratanya sebesar 1.01. Jika dibandingkan dengan indeks RCA Pantai Gading dan Ghana, indeks RCA Indonesia dapat bersaing, hal ini terlihat dari rata-rata indeks RCA Indonesia yang lebih besar dari Pantai Gading dan Ghana. Namun dilihat dari besarnya nilai ekspor Pantai Gading dan Ghana jauh lebih besar daripada Indonesia, hal ini dikarenakan kedua negara tersebut menjadikan biji kakao sebagai komoditas ekspor utama dan terbesar dibandingkan dengan komoditas lainnya. Beda halnya dengan Indonesia, selama sepuluh tahun terakhir komoditas kakao hanya menyumbang 1.04 persen dari total ekspor nasional (Ragimun, 2012). Fakta tersebut menunjukkan bahwa tidak heran jika nilai indeks RCA Indonesia hanya berkisar dari satu sampai lima kalah dari Pantai Gading dan Ghana yang rata-rata memiliki indeks RCA diatas 100.

4.3.2. Constant Market Share (CMS)

Analisis Constant Market Share (CMS) merupakan metode untuk menganalisis pola perdagangan serta tren perdagangan yang kemudian dikembangkan untuk tujuan formulasi kebijakan perekonomian. Analisis CMS digunakan berdasarkan pemahaman bahwa laju pertumbuhan ekspor suatu negara dapat lebih tinggi atau lebih rendah dari laju pertumbuhan ekspor dunia. Pertumbuhan ekspor suatu negara dapat diuraikan dalam tiga determinan, yaitu efek distribusi pasar, efek komposisi komoditas dan efek daya saing.

Tabel 4. Indeks CMS Indonesia, Pantai Gading dan Ghana Tahun 2001-2017

Tahun	CMS			
	Indonesia	Pantai Gading	Ghana	Pertumbuhan Standar Dunia
2001	-	-	-	-
2002	-7.14	1.35	n/a	-7.64
2003	7.07	-1.23	n/a	7.80
2004	-3.37	-8.66	-1.07	1.79
2005	-8.96	1.91	-2.23	-164.22
2006	-9.90	1.52	-3.29	3.29
2007	8.55	-4.52	-1.36	36.77
2008	1.11	4.55	1.36	3.47
2009	2.28	4.86	-2.06	-4.82
2010	-1.52	-8.94	-5.29	5.03
2011	3.65	1	-4.27	5.22
2012	-7.86	-1.25	-9.63	177.40
2013	1.01	-2.23	-1.03	28.71
2014	-	-1.79	-	-119.22
2015	-	9.85	-	-9.37
2016	-	-	-	-28.74

Sumber: United Nations Comodity Trade (www.uncomtrade.org) 2017 (diolah)

Tabel 4 menunjukkan indeks CMS dari ketiga negara pengeksport utama biji kakao dunia dari tahun 2002 hingga 2016. Indeks CMS dari ketiga negara tersebut bernilai positif maupun negatif. Indonesia sendiri dari tahun 2002 hingga 2013 memiliki nilai positif sebanyak enam dan negatif sebanyak enam, Pantai Gading bernilai enam positif dan enam negatif, sedangkan Ghana sendiri memiliki nilai positif lebih sedikit dari Indonesia dan Pantai Gading yakni sebanyak satu. Hal ini

mengindikasikan bahwa Indonesia memiliki daya saing terhadap Pantai Gading dan Ghana pada komoditi kakao dilihat dari indeks CMS nya.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ragimun (2012) yang menyatakan bahwa ekspor biji kakao Indonesia tidak memiliki daya saing baik untuk pasar ASEAN, Amerika dan Eropa yang merupakan importir biji kakao terbesar dunia. Menurut Ragimun hal ini disebabkan karena produk biji kakao Indonesia mempunyai kualitas yang lebih rendah serta harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan eksportir kakao lainnya. Indeks CMS Indonesia dapat dikatakan bersaing dengan Pantai Gading dan Ghana. Hal ini dapat dilihat dari nilai indeks CMS Indonesia yang sama besar dengan Pantai Gading bahkan lebih besar daripada Ghana. Indeks CMS Indonesia terbesar berada pada tahun 2007 sebesar 8.55 sedangkan Pantai Gading pada tahun 2015 sebesar 9.85 dan Ghana sebesar 1.36 pada tahun 2008.

4.3.3. Efek Komposisi Komoditas

Efek komposisi komoditas terkait dengan minat pasar internasional terhadap barang yang bersangkutan. Jika nilai dari efek komposisi komoditas biji kakao berdasarkan analisis CMS bernilai positif, maka mengindikasikan bahwa komoditas biji kakao cenderung diminati di pasar internasional dibanding jenis komoditi lainnya, jika nilai efek komposisi bernilai negatif maka komoditi biji kakao cenderung kurang diminati oleh pasar dunia.

Tabel 5. Nilai Efek Komoditas Indonesia, Pantai Gading dan Ghana Tahun 2001-2016

Tahun	Nilai Efek Komoditas		
	Indonesia	Pantai Gading	Ghana
2001	-	-	-
2002	-46.010.311.038	-3.249.963.829	-
2003	-14.818.831.257	-131.703.490.542	-
2004	-7.782.590.124	-80.776.436.409	-15.834.607.481
2005	-303.759.899,37	-57.223.968.345	-8.910.032.708
2006	-1.784.674.885	-182.249.833.223	-3.677.224.423
2007	4.430.749.670	250.930.354.359	40.501.676.244
2008	-2.915.981.727	-2.968.963.025	-110.947.574.792
2009	21.855.381.128	-61.251.476.678	6.896.235.673
2010	5.451.467.794	-11.326.785.561.665	-36.586.151.409
2011	12.053.589.836	-7.868.957.061	768.476.269
2012	11.064.848.120	180.431.570.374	-2,655.719.423
2013	41.626.945.132	-68.936.767.905	2.244.680.343
2014	50.270.031.981	-52.455.594.691	-
2015	34.704.180.271	105.677.346.157	-
2016	7.931.361.160	-	-

Sumber: United Nations Comodity Trade (www.uncomtrade.org) 2017 (diolah)

Indonesia cenderung menunjukkan nilai yang positif selama periode 2009-2016. Hal ini menunjukkan bahwa biji kakao Indonesia cukup diminati pasar dunia akibat kakao Indonesia memiliki keunggulan tersendiri pada kualitas atau harga. Sedangkan untuk nilai negatif dikarenakan kurang diminatinya kakao Indonesia di pasar dunia, disebabkan karena kurangnya kualitas kakao Indonesia (Hasibuan, dkk 2012). Namun, sejak tahun 2009 nilai efek komposisi komoditas kakao Indonesia selalu bernilai positif, hal ini dikarenakan telah berhasilnya upaya pemerintah dalam peningkatan kualitas dan mutu kakao Indonesia melalui kebijakan Industri Hilir Kakao. Walaupun demikian masih perlu adanya strategi yang lebih tepat dalam menerapkan Kebijakan Industri Hilir

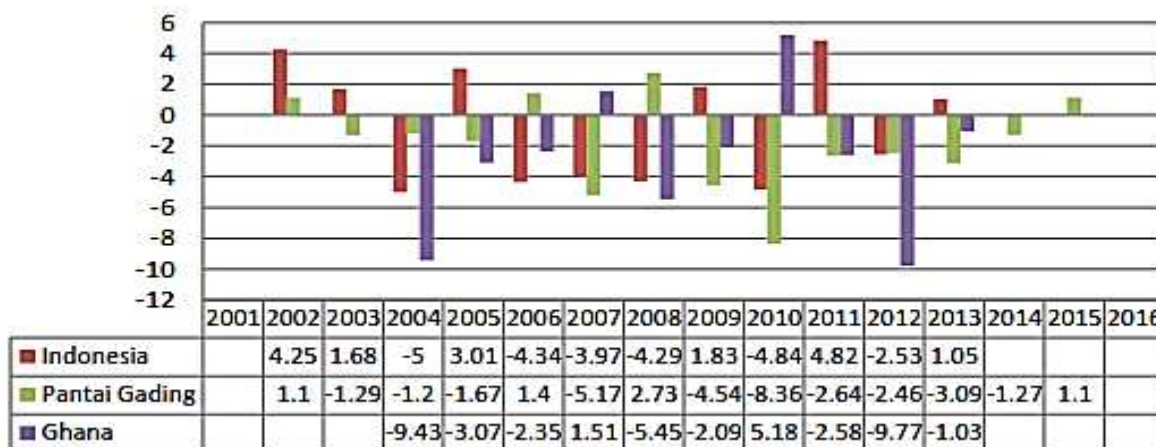
Kakao tersebut seperti pendekatan sistem sehingga pendekatannya lebih menyeluruh, terintegrasi dan bersinergi antara komponen yang terkait (Hasibuan, dkk 2012).

Efek komposisi komoditas dari ketiga negara bernilai positif maupun negatif. Indonesia sendiri bernilai positif lebih banyak daripada Pantai Gading dan Ghana yakni sebanyak enam, sedangkan Pantai Gading dan Ghana masing-masing sebanyak tiga dan empat. Hal ini mengindikasikan bahwa biji kakao Indonesia lebih diminati di pasar Internasional daripada biji kakao Pantai Gading dan Ghana. Nilai efek komoditas Indonesia yang lebih besar dari Pantai Gading dan Ghana bukan dikarenakan mutu atau kualitas kakao Indonesia lebih baik dari kedua negara tersebut. Namun hal ini dikarenakan pasar Indonesia yang sedikit berbeda dari Pantai Gading dan Ghana. Indonesia lebih cenderung menguasai pasar Asia, khususnya wilayah ASEAN dan China, ini dikarenakan jarak Indonesia lebih dekat terhadap pasar tersebut sehingga biaya ekspor lebih murah.

4.3.4. Efek Distribusi Pasar

Efek distribusi pasar menunjukkan pertumbuhan ekspor biji kakao dipengaruhi oleh kemampuan suatu negara dalam memasarkan komoditi biji kakao ke pasar yang memiliki permintaan yang tinggi. Apabila nilai efek distribusi positif, maka negara tersebut telah memasarkan komoditi biji kakao di negara yang memiliki permintaan yang tinggi. Sedangkan jika nilai efek distribusi bernilai negatif, maka suatu negara dinilai belum memasarkan komoditi biji kakao tersebut ke negara yang memiliki permintaan tinggi (Fitriana, dkk 2014)

Efek distribusi pasar kakao Indonesia lebih baik daripada Pantai Gading dan Ghana, hal ini terlihat dari banyaknya nilai positif Indonesia dibandingkan dengan Pantai Gading dan Ghana. Indonesia memiliki nilai positif sebanyak enam, sedangkan Pantai Gading sebanyak empat dan Ghana hanya dua. Hal tersebut menunjukkan bahwa Indonesia lebih baik dalam memasarkan kakao nya daripada Pantai Gading dan Ghana. Namun jika dilihat dari pasarnya, hal tersebut wajar dikarenakan ekspor kakao Indonesia hanya berfokus di wilayah Asia khususnya Asia Tenggara. Berbeda dengan Pantai Gading dan Ghana yang hampir mengespor biji kakanya ke seluruh dunia yang membuat nilai ekspornya terbagi-bagi. Selain nilai positif, efek distribusi pasar dari ketiga negara juga bernilai negatif. Nilai negatif tersebut disebabkan oleh melambatnya kemampuan ekspor kakao dalam memasarkan biji kakao ke dunia.



Gambar 3. Nilai Efek Distribusi Pasar Indonesia, Pantai Gading dan Ghana 2001-2016

Sumber: United Nations Comodity Trade (www.uncomtrade.org) 2017 (diolah)

Tahun 2002 nilai efek distribusi pasar Indonesia sebesar 4.25, lebih besar dari pertumbuhan standar dunia yaitu -7.64, ini mengindikasikan bahwa efek distribusi pasar Indonesia pada tahun 2002 mempengaruhi daya saing biji kakao Indonesia. Jika dibandingkan dengan pertumbuhan standar dunia, Pantai Gading memiliki nilai efek distribusi pasar lebih besar terhadap pertumbuhan standar dunia daripada Indonesia dan Ghana yakni sebanyak 6 kali. Hal ini berarti bahwa Pantai Gading lebih banyak memanfaatkan distribusi pasar dalam pertumbuhan ekspor daripada Indonesia dan Ghana.

4.3.5. Daya Saing

Efek daya saing menggambarkan daya saing ekspor biji kakao suatu negara yang tidak diakibatkan oleh efek komposisi komoditas dan efek distribusi pasar, akan tetapi karena daya saing akibat keunggulan mutu produk atau harga negara eksportir. Apabila efek daya saing yang bernilai positif berarti ekspor terjadi karena keunggulan mutu atau harga yang lebih baik, sedangkan apabila efek daya saing bernilai negatif mengindikasikan daya saing biji kakao suatu negara lemah dilihat dari aspek mutu dan harga.

Tabel 6. Nilai Efek Daya Saing Indonesia, Pantai Gading dan Ghana Tahun 2001-2016

Tahun	Daya Saing		
	Indonesia	Pantai Gading	Ghana
2001	-	-	-
2002	-7.14	-9.71	-
2003	6.90	6.01	-
2004	-3.32	3.40	-1.35
2005	-1.19	1.87	8.40
2006	-9.85	1.19	-9.43
2007	8.59	-4.00	-1.37
2008	1.11	4.28	6.82
2009	2.26	5.03	2.16
2010	-1.52	-5.82	-5.80
2011	3.64	1.27	-1.69
2012	-7.60	2.39	1.32
2013	9.10	8.62	-3.67
2014	-	-5.21	-
2015	-	-1.21	-
2016	-	-	-

Sumber: United Nations Comodity Trade (www.uncomtrade.org) 2017 (diolah)

Efek daya saing untuk perbandingan ketiga negara Pantai Gading lebih banyak bernilai positif daripada Indonesia dan Ghana. Nilai daya saing Pantai Gading yang positif sebanyak sembilan, sedangkan Indonesia dan Ghana masing-masing sebanyak enam dan dua. Hal ini menunjukkan bahwa dalam hal mutu dan kualitas, kakao Indonesia kalah dari Pantai Gading, namun lebih unggul daripada Ghana jika dilihat dari indeks CMS. Tingginya kualitas kakao Pantai Gading tidak terlepas dari kebijakan yang dilakukan oleh pemerintahnya serta di negara tersebut kakao merupakan mata pencaharian utama yang mana komoditas lain sulit untuk berkembang (Fitriana, dkk 2014).

5. KESIMPULAN

Hasil pembahasan perbandingan daya saing ekspor biji kakao Indonesia dengan Pantai Gading dan Ghana menggunakan pendekatan RCA dan CMS adalah sebagai berikut:

- (1) Indonesia, Pantai Gading dan Ghana memiliki keunggulan Komparatif untuk komoditi biji kakao yang ditunjukkan dengan nilai Revealed Comparative Advantage (RCA) yang bernilai positif atau lebih dari 1 selama periode 2001 hingga 2016. Hasil perhitungan RCA menunjukkan bahwa kakao Indonesia memiliki daya saing di pasar Internasional, namun jika dibandingkan dengan Pantai Gading dan Ghana, kakao Indonesia masih kalah dalam hal mutu dan kualitas. Hal ini terlihat dari angka indeks RCA yang mana Pantai Gading memiliki nilai RCA paling besar, Ghana diperingkat kedua dan Indonesia diperingkat ketiga.
- (2) Hasil perhitungan Constant Market Share (CMS), menunjukkan bahwa yang sangat memengaruhi daya saing biji kakao Indonesia adalah efek pertumbuhan standar. Hal ini menjelaskan bahwa peningkatan ekspor biji kakao Indonesia dipengaruhi oleh meningkatnya permintaan dunia terhadap biji kakao dari Pantai Gading dan Ghana yang merupakan campuran utama. Daya saing biji kakao Pantai Gading lebih banyak disebabkan oleh efek distribusi pasar,

- sedangkan daya saing Ghana lebih banyak disebabkan oleh mutu biji kakao yang tinggi.
- (3) Efek komposisi komoditas dari ketiga negara bernilai positif maupun negatif. Indonesia sendiri bernilai positif lebih banyak daripada Pantai Gading dan Ghana yakni sebanyak 6, sedangkan Pantai Gading dan Ghana masing-masing sebanyak 3 dan 4. Hal ini mengindikasikan bahwa biji kakao Indonesia lebih diminati di pasar Internasional daripada biji kakao Pantai Gading dan Ghana.
 - (4) Efek distribusi pasar kakao Indonesia lebih baik daripada Pantai Gading dan Ghana, hal ini terlihat dari banyaknya nilai positif Indonesia dibandingkan dengan Pantai Gading dan Ghana. Indonesia memiliki nilai positif sebanyak 6, sedangkan Pantai Gading sebanyak 4 dan Ghana hanya 2. Hal tersebut menunjukkan bahwa Indonesia lebih baik dalam memasarkan kakao nya daripada Pantai Gading dan Ghana. Namun jika dilihat dari pasarnya, hal tersebut wajar dikarenakan ekspor kakao Indonesia hanya berfokus di wilayah Asia khususnya Aia Tenggara. Berbeda dengan Pantai Gading dan Ghana yang hampir mengespor biji kakaonya ke seluruh dunia yang membuat nilai ekspornya terbagi-bagi Selain nilai positif, efek distribusi pasar dari ketiga negara juga bernilai negatif. Nilai negatif tersebut disebabkan oleh melambatnya kemampuan ekspor kakao dalam memasarkan biji kakao ke dunia.
 - (5) Efek daya saing untuk perbandingan ketiga negara Pantai Gading lebih banyak bernilai positif daripada Indonesia dan Ghana. Nilai daya saing Pantai Gading yang positif sebanyak 9, sedangkan Indonesia dan Ghana masing-masing sebanyak 6 dan 2. Hal ini menunjukkan bahwa dalam hal mutu dan kualitas, kakao Indonesia kalah dari Pantai Gading, namun lebih unggul daripada Ghana.

REFERENSI

- Andini, Della dkk. 2016. Peningkatan Daya Saing Produk Olahan Kakao di Pasar Internasional. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 38 (2), 173.
- Arsyad, Muhammad dkk. 2011. Analisis Dampak Kebijakan Pajak Ekspor dan Subsidi Harga Pupuk Terhadap Produksi dan Eskpor Kakao Indonesia Pasca Putraran Uruguay. *Jurnal Sosial Ekonomi*.
- Cho, Dong-Sung dan Moon Hwy-Chang. 2000. From Adam Smith to Michael Porter, Evolusi Teori Daya Saing. Jakarta: Salemba Empat.
- Direktorat Jenderal Perkebunan Republik Indonesia. 2017. Kebijakan Hilirisasi Industri Olahan Kakao. Direktorat Jenderal Perkebunan, <http://www.kemenperin.go.id/artikel/16610>. Diakses pada 15 September 2017.
- Fitriana, Nurul dkk. 2014. Analisis Daya Saing Biji Kakao (Cocoa Beans) Indonesia di Pasar Internasional. *Jom Faperta*, 1(2), 2-12.
- Hady, Hamdy. 2001. Ekonomi Internasional I. Teori dan Kebijakan Perdagangan Iternasional. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hady, Hamdy. 2009. Ekonomi Internasional II. Teori dan Kebijakan Keuangan Iternasional. Jakarta: Ghalia Indonnesia.
- Halwani, Hendra. 2010. Ekonomi Internasional Teori dan Kebijakan Perdagangan Internasional. Bogor: Ghalia Indonesia
- Hasibuan, dkk. 2012. Analsisi Kinerja dan Daya Saing Perdagangan Biji Kaka dan Produk Kakao Olahan Indonesia di Pasar Internasional. *Buletin RESTRI*, 3(1), 60-64.
- Kiranta, P Febri dan Luh Gede Meydianawathi. 2014. Analisis Tingkat Daya Saing Ekpor Biji Kakao Indonesia Tahun 2007-2012. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2), 510.
- Mankiw, N. Gregory. 2004. Principles of Macroeconomics. Third Edition. Thomsin South Western.
- Mankiw, N. Gregory. 2007. Makroekonomi. Edisi keenam. Jakarta: Erlangga.

- Prajogo, U Hadi dan Sudi Mardianto. 2004. Analisis Komparasi Daya Saing Ekspor Produk Pertanian Antar Negara ASEAN Dalam Era Perdagangan Bebas AFTA. *Jurnal Agroekonomi*, 22(1), 46.
- Ragimun. 2012. Analisis Daya Saing Kakao Indonesia. *Jurnal Pembangunan Manusia*, 6(2), 3-10.
- Salvatore, Dominick. 1997. *Ekonomi Internasional*. Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Tambunan, Tulus T.H. 2004. *Globalisasi dan Perdagangan Internasional*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- United Nations Comodity Trade. 2017. Cocoa and Cocoa Reparations Data. <http://uncomtrade.com>. Diakses pada 15 September 2017.